



## Transkription der Panels des 2. Workshops »Garden Living« als Chance für den Gartenbau

9. März 2016 – Der kleine Prinz, Duisburg

Entsprechend den 7 zentralen Themen wurden Ideen gesammelt, die dann von den Teilnehmern mit Punkten bewertet wurden.

### 1. Produktentwicklung

#### Ideen vom letzten Workshop in Kleve

- Essbare Pflanzen
- Labor: Entwickler-Treffen „Pflanze & Co“
- Pop-Up-Store als Labor
- Modulkonzepte für Balkon, Terrasse, Garten, z. B. Süd-West, Ost-Nord
- fertige Lösungen entwickeln, etwa in Form von Themenkästen
- regional passende Produkte entwickeln

#### Ideen Workshop Duisburg

- Pflanzen koppeln, z. B. mit Möbeln und in Lebenswelten einbinden (12 Punkte)
- Für alle zusammen Testgeschäft / Testmarkt (7 Punkte):
  - Popup/Showroom als Frequenzmesser
  - In anderen Branchen Trends suchen und übernehmen (3 Punkte)
- Mitarbeiter der Märkte anzapfen: Was wollen Kunden (1 Punkt)
- Social-Media als Marktforschungsinstrument (1 Punkt)
- Neues Produkt, neues Thema +++: Es kann auch einfach sein

### 2. Kommunikation

#### Ideen vom letzten Workshop in Kleve

- App/Website/Blogs für Pflanzen nach Farben, Mehrfachnutzen, Jahreszeit
- Offene Infos zur Eignung des Gartens und des Gärtners
- Offene Informationen zu Problemen und Lösungen
- Vertikale Kommunikation (i. d. Kette) und Konzept Logik
- Emotionen und Bildgeschichten müssen vermittelt werden
- „Ich verstehe meinen Kunden nicht“

### Materialien

Datum: Freitag, 18. März 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler

Geschäftsführer

Veilingstraße B102

D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732

Telefax: +49 (0) 2839-5682-733

E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de

Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann

PRESSTO GmbH

Corneliusstr. 15

50678 Köln

Telefon: +49 (0) 221-888858-12

E-Mail: eckelmann@pressto.de



- Der Gartenbau muss verstehen, dass er nur Halbfertigware produziert
- Ökologische Verpackungen, gutes Gewissen dem Kunden gegenüber vermitteln (bzgl. Ökologie)
- Übersichtlichere und einfachere Produktinformationen
- die Transparenz erhöhen, wenn der Kunde z. B. weiß, dass die Pflanze nur zwei Wochen blüht, ist er nicht enttäuscht
- die Zusammenarbeit mit Zeitschriften stärken

#### Ideen Workshop Duisburg

- Guerilla Marketing (10 Punkte)
- Social Media: Facebook, Pinterest, Youtube (DIY-Videos)
- Blogger (1 Punkt)
- Face2Face Promo auf Messen und Straßen
- Pressearbeit: Bsp. Schulhöfe begrünen
- Hilfe zur Selbsthilfe (App) (10 Punkte)
- Befähigung von Mitarbeitern (3 Punkte)
- Stammtisch für alle offenen Gärten

### **3. Marketing**

#### Ideen vom letzten Workshop in Kleve

- Produktbewertung wie bei chefkoch.de

#### Ideen Workshop Duisburg

- Marketing für wen? Über Zielgruppenbedürfnisse den Distributionskanal auswählen (4 Punkte)
- Shop in Shop (4 Punkte)
- B2C: Häuslebauer (40-60 Jahre) haben Geld (4 Punkte)
- Rundum-Sorglos-Paket wie Gemüsebox (2 Punkte)
- Online? (3 Punkte)
- Transparenz im Distributionskanal (3 Punkte)
- Nützliche Pflanzeninfos
- Gleichzeitigkeits-Logik (Teuber)
- Für wen B2B: Markt, Zentralist (3 Punkte): Fachhandel, Baumarkt, Lebensmittelhandel, etc.
- „Vernünftiges“ Thema: „Bienenfreundlich“, „regional“ (1 Punkt): Gifthandel (?) Vermarktungsideen
- Distributionsunterstützung

#### **Materialien**

Datum: Freitag, 18. März 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler  
Geschäftsführer

Veilingstraße B102  
D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732  
Telefax: +49 (0) 2839-5682-733  
E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de  
Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann  
PRESSTO GmbH  
Corneliusstr. 15  
50678 Köln  
Telefon: +49 (0) 221-888858-12  
E-Mail: eckelmann@pressto.de



#### 4. Motivation des Handels

##### Ideen vom letzten Workshop in Kleve

- Die ganzheitliche Beratung: Ein Berater für alles rund ums Garden Living, also nicht nur für Pflanzen!
- Schulungen für Gartencenter, damit diese den „Garden Living“-Kunden besser ansprechen können
- Andere Verkaufsstellen finden, wo man alles fürs „Garden Living“ zusammen anbietet (Komplettlösungen)
- Showrooming

##### Ideen Workshop Duisburg

- Wenn es den Verkäufern gut geht, geht es auch uns gut (7 Punkte)
- Wissenvermittlung: z. B. Expertensprechstunde des Gärtners im Einzelhandel, Gartenakademie (7 Punkte)
- Profiling: Händlertypologien entwickeln und berücksichtigen (4 Punkte)
- Praktisch mit Rat und Tat zur Bindung (1 Punkt)
- Jahrespläne gemeinsam machen
- Den klassischen Verkauf stärken (nicht das Konzept des Kunden verändern)
- Ladeninszenierung, Beispiel „Weber“-Grill (3 Punkte)
- Lebenswelten inszenieren (2 Punkte)
- Präsentation auf Show-flache, Verkauf im Lager (Ikea-Prinzip)

#### 5. Präsentation am POS

##### Ideen vom letzten Workshop in Kleve

- Verkauf direkt vom Erzeuger unter Umgehung von einigen Gliedern in der Logistikkette, dadurch kürzere, kontrolliertere Handelswege

##### Ideen Workshop Duisburg

- Nicht zu kompliziert machen. Wer sortiert vor?
- Gute Qualität (2 Punkte)
- Themen-Welten und Lösungen (Grillkräuter-Bücher) 2 Punkte
- Lösungen für verschiedene Wohngebiete (Platte, Bungalow), Balkon (12 Punkte): Beispiel: Tropische Bepflanzung für Balkon, Kleingarten, Wohnzimmer

#### Materialien

Datum: Freitag, 18. März 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler  
Geschäftsführer

Veilingstraße B102  
D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732  
Telefax: +49 (0) 2839-5682-733  
E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de  
Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann  
PRESSTO GmbH  
Corneliusstr. 15  
50678 Köln  
Telefon: +49 (0) 221-888858-12  
E-Mail: eckelmann@pressto.de



- Showrooming mit digitalen Medien (5 Punkte)
- Inszenierungen aus den Medien in den Handel bringen
- Eye Catcher: Wow-Effekt (3 Punkte)
- Sparsam mit Schildern und Rollups, Bessere, hilfreichere, passender Information

## 6. Events / Aktionen

Dieses Thema konnte aus Zeitgründen nicht mehr behandelt werden

## 7. Kooperation

### Fragen:

- Mit welchen einfachen Maßnahmen durch Kooperation schaffen wir Nutzen für alle Glieder der Wertschöpfungskette?
- Ist die Kette vielleicht schon zu groß?
- Wer initiiert so etwas?
- Wie lässt sich generische Werbung in der Kette implementieren?
- Wie können wir mehr Blumen verkaufen? => Reichweite erhöhen?
- Wie können wir besser verkaufen?
- Gibt es Glieder, die die Kette dominieren?
- Wie kommt man zu Kooperationen? Vorgehen?
- Wie kommt man zu komplementärer Denkhaltung statt konkurrierender?
- Woher kommt Produzent?
- Müssen wir Verbraucher einbinden?
- Brauchen wir andere Kompetenzen?
- Produzenten: Wollen wir überhaupt Ideen teilen?
- Wer hat den Hut auf?

### Ideen:

- Gemeinsam (alle in der Kette) nehmen Verbraucher im Blick – durch konkrete Maßnahmen, z. B. Testmarkt, Erhebung
- Lieferanten mit komplementären Sortimenten führen diese zusammen

## Materialien

Datum: Freitag, 18. März 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler

Geschäftsführer

Veilingstraße B102

D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732

Telefax: +49 (0) 2839-5682-733

E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de

Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann

PRESSTO GmbH

Corneliusstr. 15

50678 Köln

Telefon: +49 (0) 221-888858-12

E-Mail: eckelmann@pressto.de



- Shop im Shop mit Service: national = Rack-Idee, Lokal/Regional = Umsetzung
- Die Hortivation kann den Kreis erweitern
- Es ist ein Prozess: Folgetreffen im Herbst?

Einwände:

- Interessenkonflikte (Idee 2)
- Zuviel Konkurrenz (Idee 3)

Informationen:

- Auch Zwischenhändler sind Verbraucher (Menschen)
- In der grünen Branche gibt es nicht den „Verband“
- Druck auf Produzenten am höchsten
- Mittelstand schwächt sich durch Nicht-Kooperation

**Materialien**

Datum: Freitag, 18. März 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler  
Geschäftsführer

Veilingstraße B102  
D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732  
Telefax: +49 (0) 2839-5682-733  
E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de  
Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann  
PRESSTO GmbH  
Corneliusstr. 15  
50678 Köln  
Telefon: +49 (0) 221-888858-12  
E-Mail: eckelmann@pressto.de